

## Zagadnienia na egzamin dyplomowy – Zarządzanie II stopnia 2022

### Psychologia w biznesie

1. Psychologia biznesu, - definicja i zastosowanie
2. Style negocjacji według Nęcki
3. Rola komunikacji w biznesie

### Zarządzanie tożsamością organizacyjną

4. Tożsamość organizacyjna i jej elementy składowe
5. Systemowe zarządzanie tożsamością organizacyjną
6. Istota wizji i misji organizacyjnej oraz różnice pomiędzy nimi
7. Elementy wchodzące w skład systemu identyfikacji wizualnej organizacji
8. Elementy wchodzące w skład systemu komunikacji organizacyjnej w ramach zarządzania tożsamością organizacyjną
9. Istota kultury organizacyjnej i jej przejawy w systemie tożsamości organizacyjnej

### Decision making

10. Fazy podejmowania decyzji
11. Warunki podejmowania decyzji wg R.W.Griffin`a

### Zarządzanie strategiczne

12. Poziomy zarządzania strategicznego
13. Istota i funkcje zarządzania strategicznego
14. Typologia strategii
15. Model cyklu życia produktu
16. Metoda punktowa oceny sektora
17. Model pięciu sił Portera
18. Analiza SWOT
19. Strategia TOW
20. Metoda portfelowa – macierz BCG
21. Łańcuch kreowania wartości

### Marketing międzynarodowy

22. Definicja, istota i zakres marketingu międzynarodowego
23. Elementy międzynarodowego otoczenia marketingu
24. Dystans psychiczny w marketingu międzynarodowym i jego znaczenie w relacjach biznesowych
25. Kulturowe modele zachowań w biznesie
26. Elementy procesu komunikowania się w marketingu międzynarodowym

## **Zastosowanie informatyki w zarządzaniu**

- 27. Systemy i aplikacje informatyczne wspomagające zarządzanie organizacją
- 28. Hardware i software w zarządzaniu logistyką, marketingiem, relacjami, komunikacją i administracją przedsiębiorstw

## **Zarządzanie bezpieczeństwem w aspekcie globalnym**

- 29. Analiza ryzyka i zarządzanie ryzykiem w aspekcie globalnym?
- 30. Elementy planowania w zarządzaniu bezpieczeństwem w aspekcie globalnym

## **Rachunkowość zarządcza**

- 31. Pojęcie i kryteria grupowania kosztów
- 32. Koszt księgowy a koszt ekonomiczny
- 33. Metody klasyfikacji kosztów dla potrzeb zarządzania
- 34. Rachunek kosztów pełnych a rachunek kosztów zmiennych
- 35. Wykorzystanie dźwigni w planowaniu finansowym
- 36. Dolny poziom ceny i jego przydatność w decyzjach zarządczych
- 37. Rachunek kosztów pełnych a rachunek kosztów zmiennych
- 38. Wykorzystanie rachunku kosztów zmiennych w podejmowaniu decyzji
- 39. Próg rentowności i jego wykorzystanie w zarządzaniu przedsiębiorstwem

## **Zarządzanie wartością przedsiębiorstwa**

- 40. Istota, struktura i instrumenty rynku pieniężnego
- 41. Instrumenty i transakcje na rynku kapitałowym
- 42. Rodzaje analiz na rynku kapitałowym
- 43. Istota i etapy analizy fundamentalnej
- 44. Kategorie wartości przedsiębiorstwa
- 45. Metody wyceny przedsiębiorstwa
- 46. Mierniki kreacji wartości

## **Etyka w zarządzaniu**

47. Funkcje kodeksu etycznego w organizacjach

48. Społeczna odpowiedzialność biznesu

49. Obszary zainteresowania etyki w zarządzaniu

### **Socjotechniki w zarządzaniu**

50. Socjotechniki stosowane w zarządzaniu ludźmi

51. Socjotechniki stosowane w cyberatakach?

52. Metody przeciwdziałania manipulacji z punktu widzenia przedsiębiorcy

### **Pytania dla specjalności E-biznes i nowoczesne formy marketingu**

1. Rola centrów logistycznych w e-logistyce
2. Czynniki rozwoju e-logistyki od lat 90-tych XX w.
3. Formy prowadzenia handlu elektronicznego
4. Modele dystrybucji w e-logistyce
5. Sposoby dystrybucji w sklepach internetowych
6. Analiza danych internetowych (Web Analytic) w e-biznesie – istota, korzyści
7. Pojęcie konwersji oraz przykłady działań konwersyjnych w e-biznesie
8. Cechy charakterystyczne współczesnego sklepu internetowego
9. Rola segmentacja klientów w e-handlu na przykładzie mapy empatii
10. Różnice w analizie danych internetowych on-site i off site?
11. Zjawisko pozycjonowania stron internetowych SEO (search engine optimization)
12. Value Proposition Canvas (szablon pozycji wartości) i jego składowe
13. Customer Profil (profil klienta) oraz Value Map (mapa wartości)
14. Trzy typy sklepów internetowych (akwizycyjny, hybrydowy, lojalnościowy)
15. Ryzyko w zachowaniach konsumentów i metody jego redukcji
16. Wpływ osobowości i stylu życia na zachowania rynkowe
17. Metody (kryteria) segmentacji klientów
18. Etapy rozwoju i poziomy analizy logistycznej

### **Pytania dla specjalności Menedżer finansowy**

1. Ryzyka w finansowaniu działalności gospodarczej i inwestycyjnej
2. Narzędzia szacowania poziomu ryzyka inwestycyjnego
3. Obszary ryzyka finansowego poddawanego analizie

4. Istota strategii finansowej i jej składowe – treść strategii
5. Źródła finansowania przedsiębiorstwa
6. Grupy wskaźników służące ocenie finansowania firmy
7. Koszt kapitału i czynniki wpływające na jego poziom
8. Czynniki wpływające na bieżącą wartość obligacji
9. Model Gordona i model renty wieczystej
10. Miary statystyczne wykorzystywane przy optymalizacji portfela inwestycyjnego dwuskładnikowego
11. Kierunki działań rekomendowanych w strategii minimalnego kosztu
12. Istota i założenia strategii „wyłaniającej się” – szkoła ewolucyjna budowania strategii
13. Metody mające zastosowanie w analizie potencjału strategicznego organizacji
14. Strategie finansowania przedsiębiorstw
15. Wartość przedsiębiorstwa jako kategoria zarządcza- kategorie wartości
16. Założenia koncepcji VBM – Value Based Management
17. Niematerialne czynniki kreujące wartość przedsiębiorstwa
18. Proces wyceny wartości spółki metodą DCF

#### **Pytania dla specjalności Zarządzanie innowacjami**

1. Marketing kreatywny – definicja, istota
2. Narzędzia kreatywnego marketingu
3. Myślenie krytyczne
4. Korzyści wynikające z myślenia krytycznego i jego rola we współczesnym świecie
5. Przykłady wykorzystania myślenia krytycznego
6. Networking i budowanie sieci kontaktów
7. Rodzaje networkingu
8. Spotkania networkingowe i ich rola
9. Psychologia motywacji – definicja, istota, rola
10. Badania podstawowe i badania przemysłowe
11. Innowacje społeczne – definicje i ich istota
12. Typy innowacji w przedsiębiorstwie
13. Zarządzanie w działaniu – istota i definicja
14. Standardy społecznej odpowiedzialności biznesu
15. Istota zarządzania innowacjami
16. Typy strategii innowacyjnych
17. Etapy procesu zarządzania innowacjami
18. Rola relacji w zarządzaniu

